

Swissfundraising

«Als Fundraising-Berater haben wir schon viel erlebt – das schafft neue Perspektiven»

Rund zwei Drittel der Mitglieder des Berufsverbands Swissfundraising arbeiten als Angestellte von Non-Profit-Organisationen. Viele andere Mitglieder vertreten mittlere und grosse Dienstleistungsbetriebe. Dazwischen sind erfahrene Fundraiserinnen und Fundraiser tätig, die als Einzel- oder Kleinunternehmen in der Beratung und der Unterstützung von Kampagnen ihre Berufung gefunden haben. «persönlich» sprach mit Urs Höltschi und Martin Hürzeler – beide sind seit Beginn der Neunzigerjahre im Beruf – sowie Nicole Kayser.

Interview: **Andreas Cueni** Bilder: **zVg**

Herr Hürzeler, Herr Höltschi, Frau Kayser, wie sind Sie dazu gekommen, sich im Fundraising selbstständig zu machen?

Hürzeler: Eine selbstständige Tätigkeit war schon lange ein Traum von mir. Nach fast zehn Jahren Fundraising-Erfahrung bei Pro Juventute und der Aids-Hilfe Schweiz habe ich den Schritt im Jahr 2000 gewagt.

Höltschi: Ich hatte nach gut zwanzig Jahren auf Organisationsseite das Bedürfnis, meine Erfahrung für verschiedene Organisationen – auch für kleinere – einzusetzen.

Kayser: Ich habe aus der Not eine Tugend gemacht. Für mehrere Jahre bin ich zwischen Zürich als Arbeitsort und Davos als Wohnort pendelt. Als ich dann Mutter wurde,

war es nicht mehr möglich, als Leiterin Public Fundraising des WWF Schweiz in dieser Form fortzufahren. Also entschloss ich mich nach dem Mutterschaftsurlaub zum Weg in die Selbstständigkeit.

Wer sind Ihre Auftraggeber, und was sind typische Aufträge?

Kayser: Meine Auftraggeber sind zum Beispiel der WWF Schweiz, der Verein My Happy End, Tixi Zürich oder das Netzwerk Schweizer Pärke, um ein paar zu nennen. Typische Aufgabenbereiche sind Public Fundraising, Konzeption und Umsetzung von Gönneranlässen oder Aufbau von Fundraising-Strukturen. Bei den meisten Kunden handelt es sich um langjährige Mandate.

Höltschi: Die Palette meiner Aufträge und Kundenorganisationen ist sehr breit: Von (Teil-)Projekten für grosse Organisationen bis hin zu Fullservice-Mandaten für kleinere Organisationen ist alles dabei. Auch die Ziele der Organisationen sind sehr vielfältig. Diese Abwechslung ist eine grosse Bereicherung.

Hürzeler: Meine Organisationen sind hauptsächlich im Gesundheits- beziehungsweise Behindertenbereich und in der Entwicklungszusammenarbeit tätig. Die typischen Aufträge sind Analysen und konzeptionelle Beratung, Umsetzung von Mailings, fachliches Coaching von Fundraising-Teams sowie Stellvertretungsmandate.

ANZEIGE

CITY PLUS LAND: GUT KOMBINIERT.

Mit Cityplus setzen Sie auf jenes Kombi, das Stadt und Land verbindet – damit Sie mehr erreichen: nämlich bis zu 1 320 000 Leser (D-CH, MACH Basic 2017-1) in 20 Kantonen. Beim Kombinieren können Sie nichts falsch machen: Beim stärksten Kombi gibt es 10% Rabatt – egal, ob Sie zwei, drei, vier oder fünf Titel belegen.
www.cityplus.ch

Neue Zürcher Zeitung, az Nordwestschweiz, Luzerner Zeitung, St.Galler Tagblatt/Schaffhauser Nachrichten

CITY PLUS

Klug kombiniert.

Von welchem Mehrwert profitieren Ihre Mandanten Ihres Erachtens, wenn sie mit Ihnen zusammenarbeiten?

Hürzeler: Ich kann meine breite Erfahrung aus langjähriger Fundraising-Arbeit einbringen. Oft ist der Aussenblick auch für erfahrene Fundraising-Kolleginnen und -Kollegen bei den Auftraggebern wertvoll. Bei Kapazitätsengpässen kann ich als externer Fundraiser kurzfristig einspringen und Projekte übernehmen.

Höltzsch: Während meiner Tätigkeit auf Organisationsseite habe ich ebenfalls schon sehr viel gesehen und erlebt, und nun sehe ich seit über fünf Jahren in noch mehr Institutionen hinein. Dies schafft einen recht breiten Horizont und eröffnet neue Perspektiven. Öfter zeigt sich im Rahmen eines Mandats auch, dass es sich bei der Fragestellung nicht nur um ein Kommunikations- oder Fundraising-Thema handelt.

Kayser: Einen breiten Erfahrungshorizont und Einblick in verschiedene Organisationen nenne auch ich. Und meine Tatkraft. Ich möchte Dinge voranbringen.

Was ist Ihnen besonders wichtig bei Ihren Aufträgen? Welches sind Erfolgsfaktoren?

Kayser: Fundraising muss man als einen wichtigen Teil einer NPO akzeptieren und nicht als Satellit verstehen, der allein rund um den Planeten Organisation kreist. Es kann nur Erfolg haben, wenn Fundraising als integrierter Bestandteil betrachtet wird.

Hürzeler: Aus Erfahrung kann ich sagen, dass eine langfristige Zusammenarbeit und eine gemeinsame Entwicklung der Fundraising-Aktivitäten mit dem Kunden am ehesten zu nachhaltigen Resultaten führen.

Höltzsch: Genau, zwischen der Organisation und ihren Mitarbeitenden und den Beratenden muss grösste Transparenz und Verbundenheit im Hinblick auf die Ziele bestehen. Wenn ich für eine Institution tätig werde, fühle ich mich als Teil von ihr. Ich gehe dann quasi «in den Schuhen» der Organisation.

Wie gestalten Sie formal Ihre Kundenbeziehungen, insbesondere Ihre Honorierung?

Höltzsch: In Übereinstimmung mit den ethi-

schen Vorgaben von Swissfundraising arbeite ich ausschliesslich auf der Basis von festen Honoraren. Am Anfang eines Auftrags steht die präzise Klärung des Inhalts. Es folgt die Erarbeitung einer Offerte mit Vorgehen und Kostendach.

Hürzeler: Auch ich rechne nach Aufwand ab – dies ist meistens eine Pauschale pro Kampagne, und beim Coaching beziehungsweise bei einem Stellvertretungsmandat sind es Stunden.

Kayser: Ich arbeite für viele Kunden auf Mandatsbasis, wobei wir ein jährliches Kostendach für die definierten Arbeiten vereinbaren.

Was hat sich seit Beginn Ihrer Selbstständigkeit verändert?


Kayser: Meine Erfahrungen sind noch breiter geworden. Wie in einem Angestelltenverhältnis auch wächst man an den jeweiligen Aufgaben und baut Wissen und Erfahrung laufend aus.

Hürzeler: Seit ein paar Jahren bekomme ich vermehrt Anfragen kleiner Organisationen beziehungsweise von Vereinen aus dem Kultur- und Sportbereich, die sich ein Fundraising aufbauen wollen.

Wie schwer ist es für Sie, in der Branche zu bestehen? Wie empfinden Sie die Konkurrenz?

Hürzeler: Wertvoll ist ein breites Beziehungsnetz – mein früheres Mitwirken im Vorstand von Swissfundraising hilft mir da sehr. Ich schätze den kollegialen Austausch unter meinen Kolleginnen und Kollegen. Ich empfinde das Verhältnis untereinander als kollegial und entspannt.

Höltzsch: Die Fundraising-Branche ist tatsächlich von gegenseitigem Respekt und von Wertschätzung geprägt – auf Organisationsseite ebenso wie auf Beraterseite. Ich denke, dies liegt in der Natur unserer Anliegen und unserer Arbeit. Wie könnten wir sonst «Gutes» tun?

Kayser: Der Bedarf an erfahrenen Fundraiserinnen und Fundraisern im Markt ist gross! 

Die Selbstständigen



Nicole Kayser, Fundraiserin BR Swissfundraising, ist Betriebsökonomin HWV, verfügt über eine Fachausbildung in Werbung und Kommunikation und hat sich zudem in Ernährungspsychologie weitergebildet. Sie ist selbstständig seit Oktober 2010, lebt immer noch in Davos und arbeitet in Zürich, Bern und Davos. Davor war sie fünf Jahre Leiterin Public Fundraising des WWF Schweiz.



Martin Hürzeler, Fundraiser BR Swissfundraising, dipl. VMI, arbeitet seit 1991 als Fundraiser. Nach leitenden Funktionen bei Pro Juventute und der Aids-Hilfe Schweiz ist er seit siebzehn Jahren selbstständig und hat sein Büro in Zürich.



Urs Höltzsch, Sternenbergr, Fundraiser BR Swissfundraising, wechselte Anfang der Neunzigerjahre von Fotografie und Werbung in die NPO-Branche. Er war Leiter Fundraising beim Schweizerischen Arbeiterhilfswerk (SAH, heute Solidar Suisse) und Leiter Public Fundraising beim Schweizerischen Roten Kreuz (SRK). Im Frühjahr 2012 nahm er seine Tätigkeit als selbstständiger Fundraiser und Berater auf.